

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**



РОССИЙСКОЕ АГЕНТСТВО ПО ПАТЕНТАМ И ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ
(РОСПАТЕНТ)

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

рег. No 20/12-230

"2" апреля 2001 г.

СПРАВКА

Федеральный институт промышленной собственности Российского агентства по патентам и товарным знакам настоящим удостоверяет, что приложенные материалы являются точным воспроизведением первоначального описания, формулы и чертежей (если имеются) заявки на выдачу патента на изобретение № 98119809, поданной в ноябре месяце пятого дня 1998 года (05.11.1998).

Название изобретения

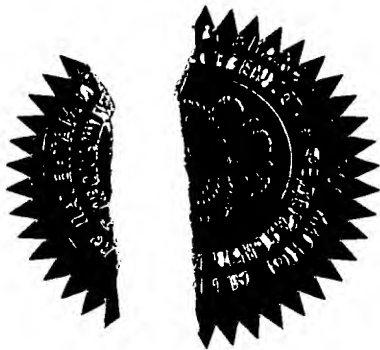
Способ упаковки однородных изделий
(варианты)

Заявитель

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич

Действительный автор(ы)

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич



Уполномоченный заверить копию
заявки на изобретение

А.Л. Журавлев
И.О. заведующего отделом

Изобретение относится к области пищевой промышленности и касается упаковки пищевых продуктов для розничной продажи.

Ряд пищевых продуктов поступает в торговую сеть для реализации в виде некоторого числа однородных изделий, объединенных общей упаковкой, которая представляет собою минимальную товарную единицу.

Таковыми минимальными товарными единицами могут служить, в частности, коробки шоколадных конфет, пачки печенья или вафель, упаковки нарезанного сыра, колбасы или рыбы, блоки пакетиков чая для разового использования и др.

Отдельные однородные изделия, помещенные внутрь общей упаковки, могут быть покрыты индивидуальной оболочкой или такой индивидуальной оболочки могут и не иметь.

Например, пачки печенья и вафель имеют лишь общую упаковку, коробки конфет могут содержать отдельные изделия, дополнительно покрытые цветной фольгой.

Каждый находящийся в общей упаковке пакетик чая служит индивидуальной оболочкой для порошка или гранул чая.

В продаже имеются упаковки ломтиков сыра, каждый из которых дополнительно покрыт прозрачной оболочкой.

На поверхности всех общих упаковок, содержащих однородные изделия, нанесена символика, позволяющая идентифицировать данный товар и отличать его от сходных товаров, которая реализована в виде изображений, имеющих вид текстов (всегда) и рисунков (в большинстве случаев).

Поверхность индивидуальных оболочек, покрывающих отдельные изделия (если индивидуальные оболочки имеются), каких-либо изображений на себе может и не нести, или может повторять символику общей упаковки.

Таким образом, при осуществлении известного стандартного способа упаковки однородных изделий

- все минимальные товарные единицы одного и того же товара име-

ют одинаковый внешний вид, то-есть на поверхности каждой общей упаковки для группы однородных изделий присутствует полностью идентичная символика;

- однородные изделия в общей упаковке или не имеют индивидуальных оболочек, а если их имеют, то на поверхностях таких оболочек какие-либо изображения либо отсутствуют, либо повторяют изображения общей упаковки.

Патентуемым изобретением решается задача повышения покупательского спроса на товары, упакованные предложенным способом, за счет повышения их привлекательности для потребителя.

Поставленная задача была решена в результате того, что

- на поверхность общей упаковки однородных изделий дополнительно наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, а степень их неодинаковости такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется;

или

- все однородные изделия, находящиеся внутри общей упаковки, могут быть дополнительно покрыты индивидуальными оболочками, поверхности которых несут привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, а степень их неодинаковости такова, что изображение на поверхности, по крайней мере, одного однородного изделия в общей упаковке, не повторяется;

или

- на поверхность общей упаковки однородных изделий дополнительно наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, а

степень их неодинаковости такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется, а все однородные изделия, находящиеся внутри общей упаковки, дополнительно покрыты индивидуальными оболочками, поверхности которых несут привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, а степень их неодинаковости такова, что изображение на поверхности, по крайней мере, одного однородного изделия в общей упаковке, не повторяется.

Сущность предложения заявителя заключается в следующем.

Группу однородных изделий, преимущественно пищевых и кондитерских товаров, помещают в общую упаковку, которая составляет минимальную товарную единицу, поскольку по частям эти изделия из упаковки, как правило, не подлежат продаже.

"Изделиями" ранее и в дальнейшем считаются как единичные изделия, например, отдельные вафли, так и части отдельных изделий, например, ломтики головки сыра.

"Однородными изделиями" ранее и в дальнейшем считаются изделия одного сорта и вида, помещаемые в общую упаковку.

С этой точки зрения не считаются "однородными изделиями" помещенные в общую упаковку бутылки алкогольных напитков разного ассортимента, шоколадки разных сортов и подобные пищевые изделия, отличающиеся друг от друга и являющиеся разными самостоятельными товарами.

Общая упаковка, в которую помещают такие однородные изделия, может представлять собою коробку, пакет, тубу, или любую другую емкость.

На поверхности каждой общей упаковки подобных однородных изделий размещена символика, идентифицирующая данный товар.

Под понятием "символика" в границах настоящего изобретения понимается обязательная минимально необходимая информация о любом товаре, выраженная в виде изображений, включающих тексты и рисунки.

В виде текстов приводится, например, информация о наименовании и количестве товара, о предприятии-изготовителе, о дате выпуска товара и/или сроке его годности, о соответствии товара принятым стандартам или техническим условиям и т.д.

В виде рисунков приводятся, например, товарные и фирменные знаки производителя, привычное и стандартизованное для данного вида и сорта товара художественно-графическое оформление упаковки и пр.

Совокупность текстов и рисунков должна позволить визуально узнать конкретный товар и отличить его от других товаров того же ассортимента.

В этой связи символика, нанесенная на поверхность всех упаковок однородных изделий одного вида, должна быть идентичной.

Основная идея предлагаемого изобретения заключается в том, что-

бы внести разнообразие в оформление упаковок отдельных минимальных товарных единиц одного товара, сохранив в то же время присущую упаковке этого товара необходимую традиционную символику.

Реализуется эта идея в трех вариантах осуществления настоящего изобретения.

Первый вариант осуществления заявленного изобретения предусматривает дополнительное нанесение на поверхности общих упаковок однородных изделий привлекательных для потребителя неодинаковых изображений, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара

в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется.

Второй вариант осуществления заявленного изобретения предусматривает нанесение привлекательных для потребителя неодинаковых изображений на поверхности индивидуальных оболочек, которые покрывают, по крайней мере, часть однородных изделий в общей упаковке, причем степень неодинаковости изображений такова, что изображение на поверхности, по крайней мере, одного однородного изделия в общей упаковке, не повторяется.

Третий вариант осуществления заявленного изобретения предусматривает дополнительное нанесение на поверхности общих упаковок однородных изделий привлекательных для потребителя неодинаковых изображений, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется, и нанесение привлекательных для потребителя неодинаковых изображений на поверхности индивидуальных оболочек однородных изделий, которые покрывают, по крайней мере, часть однородных изделий в общей упаковке, причем степень неодинаковости изображений такова, что изображение на поверхности, по крайней мере, одного однородного изделия в общей упаковке, не повторяется.

Таким образом, при осуществлении первого варианта реализации изобретения неодинаковые изображения наносят на поверхности общих упаковок однородных изделий, что разнообразит внешний вид упаковок;

при осуществлении второго варианта неодинаковые изображения наносят на поверхности индивидуальных оболочек однородных изделий в общей упаковке, что разнообразит внутренний вид упаковки; а при осуществлении третьего варианта неодинаковые изображения наносят на поверхности общих упаковок однородных изделий и на поверхности индивидуальных оболочек однородных изделий в общей упаковке, что разнообразит как внешний, так и внутренний вид упаковок.

Если для конкретных видов товаров ранее было принято покрывать индивидуальными оболочками каждое однородное изделие, но при этом изображения на поверхности были одинаковы и повторяли изображение общей упаковки (например, пакетики чая), то при осуществлении настоящего изобретения на поверхности этих оболочек наносят неодинаковые изображения.

В том же случае, когда для конкретных видов товара не было принято покрывать однородные изделия индивидуальными оболочками (например, отдельные вафли в общей упаковке), то при осуществлении настоящего изобретения однородные изделия покрывают индивидуальными оболочками и наносят на эти оболочки неодинаковые изображения.

Индивидуальными оболочками может быть покрыто каждое однородное изделие в общей упаковке или часть однородных изделий.

Изображения, наносимые на поверхность общих упаковок и/или индивидуальных оболочек однородных изделий, могут иметь вид текстов и/или рисунков развлекательного, познавательного, назидательного, обучающего или любого другого характера, привлекательного для потребителя.

"Текстами" считаются самостоятельные изображения, несущие читаемую информацию и занимающие всю или часть поверхности общей упаковки или, по крайней мере, часть поверхности индивидуальной оболочки, а "рисунками" - все остальные, кроме текстовых, самостоятельные изображения, занимающие всю или часть поверхности общей упаковки или, по крайней мере, часть поверхности индивидуальной оболочки.

Тексты могут, например, являться загадками, пословицами, шарадами, поговорками, афоризмами, приметами, напутствиями, пожеланиями, короткими стихотворениями, фрагментами стихотворений и прозы, словами иностран-

ных языков и их переводом, а также носителями другой полезной и интересной информации.

Рисунки могут, например, представлять собою загадочные картинки, ребусы, шахматные задачи и этюды, головоломки, а также узоры, орнаменты, виньетки, другие декоративно-художественные произведения изобразительного жанра и подобные изображения.

И тексты, и рисунки представляют при этом изображения, законченные по смыслу, содержание и форма которых могут привлечь внимание и интерес потребителя.

При этом, изображения на поверхностях общих упаковок и индивидуальных оболочек прямо не связаны с самим товаром, его особенностями и качеством, а носят независимый характер.

Предпочтительно, чтобы тексты и/или рисунки на поверхностях общих упаковок в одной партии товара и/или на поверхностях индивидуальных оболочек в общей упаковке были логически связаны между собой, например, общей идеей, единой тематикой или подобным образом.

Принципиальный отличительный признак предлагаемого способа состоит в том, что изображения, наносимые на общие упаковки и/или индивидуальные оболочки, являются неодинаковыми.

При этом под "неодинаковостью изображений" имеется ввиду несоответствие полных соответствующих изображений, хотя отдельные элементы изображений могут и совпадать.

В пределах настоящего изобретения понимается, что требование "неодинаковости изображений" удовлетворяется в равной мере в диапазоне выполнения таких условий, когда

- изображение на поверхности общей упаковки, по крайней мере, одной минимальной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, и/или на поверхности, по крайней мере, одной индивидуальной оболочки однородных изделий в общей упаковке, не повторяется;

- изображение на поверхности общей упаковки каждой минимальной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, и/или на поверхности каждой индивидуальной оболоч-

ки однородных изделий в общей упаковке, не повторяется.

Оптимальная степень неодинаковости изображений такова, чтобы вероятность попадания к потребителю изделий с одинаковыми изображениями была минимизирована.

Для того, чтобы снизить вероятность приобретения одним потребителем при повторных покупках товаров с одинаковыми изображениями на поверхности общей упаковки и/или на поверхности индивидуальных оболочек, следует периодически обновлять форму и содержание таких изображений.

Периодичность обновления всякого рода изображений прямо зависит от средней частоты покупок данного вида товара единичным потребителем и от разового объема покупок.

Если, например, условно допустить, что среднестатистический потребитель приобретает упаковку пакетиков чая (20 пакетиков) один раз в неделю, а коробку шоколадных конфет один раз в три месяца, то становится очевидным, что обновление изображений на поверхностях индивидуальных оболочек пакетиков чая требуется производить чаще, чем изображений на общих упаковках шоколадных конфет.

Предпочтительно, когда индивидуальные оболочки полностью покрывают всю поверхность однородных изделий, либо большую их часть, хотя возможно и иное.

Таким образом, индивидуальная оболочка, кроме того, что служит носителем привлекательных изображений, может выполнять и защитную функцию, дополнительно предохраняя пищевые продукты от порчи.

Защитная функция индивидуальной оболочки может быть повышена, если она будет изготовлена из разрешенных к использованию в пищевой

промышленности специальных сортов бумаги, в частности, из вощаной или пергаментной.

Желательно, чтобы дополнительные изображения на поверхностях общих упаковок были ограничены от обязательной символики.

Размещение на поверхностях общих упаковок и/или на поверхностях индивидуальных оболочек однородного товара разных и постоянно меняющихся со временем изображений привлекательного для потребителя содержания будет побуждать его приобретать товар, упакованный именно

предложенным способом, а не каким иным.

Если ранее целью размещения дополнительных изображений на общих упаковках товаров было расширение представлений потребителя о качестве данного товара и рекомендуемом характере его использования, то цель настоящего изобретения состоит в повышении покупательского спроса на этот товар, которая решается размещением на упаковке товара различных занимательных и интересных изображений.

Следующие Примеры дополнительно иллюстрируют существо предложения и не носят при этом ограничивающего характера.

ПРИМЕР 1. Замороженные пельмени расфасовывают по 0,5 кг в картонные пачки, на часть внешней поверхности которых предварительно была нанесена традиционная для данного сорта пельменей символика, позволяющая идентифицировать данный товар и включающая, в частности, сведения о самом товаре, условиях его хранения и использования.

Предварительно на свободную от символики часть поверхности пачек были нанесены графические изображения, составляющие ребусы.

На поверхностях общих упаковок в партии из 100 пачек пельменей лишь 20 ребусов повторялись 2 раза.

Вероятность приобретения одним потребителем при разовой покупке двух пачек с одинаковыми ребусами относительно невелика.

ПРИМЕР 2. В индивидуальные бумажные пакетики расфасовывают измельченный чайный лист в количестве, достаточном для приготовления одного стакана чая. Предварительно на поверхность каждого индивидуально-го пакетика с одной стороны были нанесены тексты загадок, а с другой стороны - рисунки, являющиеся отгадками.

На поверхности 300 индивидуальных пакетиков одинаковые загадки не повторялись ни разу.

Индивидуальные пакетики были сгруппированы по 30 штук и каждая такая группа была помещена в общую упаковку, на поверхность которой ранее была нанесена традиционная символика, свойственная именно данному товару и позволяющая отличить данный сорт чая от других сортов.

ПРИМЕР 3. Каждая из отдельных штучных вафель была покрыта индивидуальной бумажной оболочкой, на поверхность которой предварительно было нанесено изображение сказочного героя.

На индивидуальных оболочках вафель в партии из 150 штучных вафель лишь 10 изображений повторялись по 3 раза.

Каждые три вафли из этой партии были помещены в общую упаковку, на поверхность которой ранее была нанесена традиционная символика в виде текстов и рисунков, позволяющая отличить данный сорт вафель от других сортов.

Дополнительно на поверхности общих упаковок ранее были нанесены уменьшенные изображения тех же сказочных героев.

На поверхности 50 общих упаковок вафель лишь 5 изображений повторялись по 2 раза.

Заявитель не располагает информацией об известности предлагаемого способа упаковки товара и об известности предлагаемого товара.

Сам по себе принцип нанесения изображений на поверхность товара или его упаковки известен.

В частности, изображения могут быть нанесены на поверхность туалетной бумаги [Заявка Франции на изобретение 2.172.929, G 09 F 23/00, 1973 г.], столовых салфеток [Патент США 5.573.830, D 04 H 1/64, 1996 г.], разовых скатертей [Свидетельство Франции о полезности 2.095.115, G 09 F 23/00, 1972 г.], лотерейных билетов [Патент РФ 2.093.903, G 09 F 23/14, 1997 г.], почтовых конвертов [Патент РФ 2.099.798, G 09 F 23/10, 1997 г.], упаковок сигарет [Европейский патент 0.646.531, B 65 D 85/10, 1997 г.] и других изделий.

Однако, практически во всех перечисленных случаях речь идет о распространении рекламной информации и это обстоятельство вряд ли может повысить привлекательность самого товара - носителя рекламы.

Специфика рекламного дела такова, что эффективность любой рекламы прямо зависит от ее повторяемости и в этой связи предполагается, что рекламные утверждения, размещаемые на поверхностях тех или иных товаров, должны регулярно повторяться.

Известны наборы алкогольных напитков, помещенных в общую упаковку.

ку, причем этикетки этих единичных изделий могут отличаться друг от друга. Однако, эти единичные изделия не относятся к однородным изделиям в том смысле, который был вложен в это понятие в границах настоящего изобретения.

Таким образом, совокупность признаков известных технических решений отличается от совокупности существенных признаков настоящего изобретения, а задача, решаемая настоящим изобретением, ранее предлагаемыми заявителем приемами не решалась.

В этой связи заявитель полагает, что заявляемые технические решения соответствуют требованиям, предъявляемым к изобретению.

ФОРМУЛА ИЗОБРЕТЕНИЯ

1. Способ упаковки однородных изделий путем их размещения в общей упаковке, на поверхность которой нанесена символика, идентифицирующая данный товар, отличающийся тем, что на поверхность общей упаковки дополнительно наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется, и/или, по крайней мере, часть однородных изделий покрывают индивидуальными оболочками, на поверхности которых наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности оболочки, по крайней мере, одного изделия в общей упаковке, не повторяется.

2. Способ по п.1, отличающийся тем, что изображения на поверхностях общих упаковок данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяются.

3. Способ по п.1, отличающийся тем, что изображения на поверхностях индивидуальных оболочек однородных изделий в общей упаковке, не повторяются.

4. Способ по любому из пунктов 1-3, отличающийся тем, что изображения на поверхностях общих упаковок и/или индивидуальных оболочек представляют собою тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный характер.

5. Способ по любому из пунктов 1-4, отличающийся тем, что изображения не связаны со свойствами самого товара.

Р Е Ф Е Р А Т

Изобретение относится к области пищевой промышленности и касается упаковки пищевых продуктов для розничной торговли.

Патентуемым изобретением решается задача повышения покупательского спроса на товары, упакованные предложенным способом за счет повышения их привлекательности для потребителя.

Для этого, при упаковке однородных изделий путем их размещения в общей упаковке, на поверхность которой нанесена символика, идентифицирующая данный товар, на поверхность общей упаковки дополнительно наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности упаковки, по крайней мере, одной единицы данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется, и/или, по крайней мере, часть однородных изделий покрывают индивидуальными оболочками, на поверхности которых наносят привлекательные для потребителя неодинаковые изображения, степень неодинаковости которых такова, что изображение на поверхности оболочки, по крайней мере, одного изделия в общей упаковке, не повторяется.

При этом, изображения на поверхностях общих упаковок данного товара в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяются или изображения на поверхностях индивидуальных оболочек однородных изделий в общей упаковке, не повторяются.

Изображения на поверхностях общих упаковок и/или индивидуальных оболочек представляют собою тексты и/или рисунки, которые имеют развлекательный, познавательный, назидательный характер, при этом они не связаны со свойствами самого товара.